



GJELDER FOR STUDIEÅRET 2003/2004

MRK 2302 Tjenestemarkedsføring og kundelojalitet

Studium

Ikke angitt

Kursansvarlig

Line Lervik Olsen

Institutt

Markedsføring

Semester

Se studieplan for aktuelt studium

Studiepoeng

6

Mål

Kursets faglige mål er å gi studentene:

- forståelse for hvilke utfordringer man står overfor ved markedsføring og ledelse av tjenstedominerte bedrifter
- kunnskap om hvilke implikasjoner dette medfører for ledere og ansatte
- innsikt og ferdigheter i hvordan en kan imøtekomme og håndtere disse utfordringene når målet er å oppnå lojale kunder.

Kursets pedagogiske mål er å gi studentene anvendte ferdigheter gjennom bruk av cases, gruppeoppgaver, presentasjoner og diskusjoner i forelesningene.

Forkunnskaper

Basiskunnskaper i markedsføring.

Obligatorisk litteratur

Andreassen, Tor Wallin. 2003. *Serviceledelse. 4. utg.* Oslo: Gyldendal.

Söderlund, Magnus. 2001. *Den lojala kunden . Liber Ekonomi.*

Artikkelsamling, ca. 60 sider.

Anbefalt litteratur

Andreassen, Tor Wallin og Fred Selnes. 2001. *Serviceheltene* . Nesbyen : Stølen Media.

Zeithaml, Valerie A. og Mary Jo Bitner. 2003. *Services Marketing* . 3rd ed. Boston, Mass.:

Irwin/McGraw-Hill.

Emneoversikt

Innledning:

- Tjenestemarkedsføringens opprinnelse.
- Hva er spesielt med markedsføring av tjenester?
- Konkurransesituasjonen og trender som påvirker tjenestebedrifters markedsføring og strategi.

Modeller for ledelse og markedsføring av tjenestebedrifter

- Kursets konseptuelle modell: *servicepyramiden*.
- Servicepyramidens hovedområder: gi serviceløftet, muliggjøring av serviceløftet og levering av serviceløftet. Bruk av teknologi vil også bli fokusert ut i fra modellens hovedområder.

Gjennomgang av andre sentrale modeller:

"The gap model of service quality":

Fokus på potensielle avvikssituasjoner som kan redusere servicekvalitet, strategier og teknikker for å lukke og å unngå avvikssituasjoner og sammenhengen mellom internt og eksternt servicemiljø.

"The service profit chain":

Sammenhengen mellom medarbeidertilfredshet, kvalitet, tilfredshet, lojalitet og lønnsomhet.

Servicehelter

- Hva karakteriserer serviceheltene?
- Ulike roller.

Reklamasjonshåndtering.

Kundelojalitet i teori og praksis.

- Definerer av begrepet.
- Ulike typer lojalitet og lojalitetsprogrammer.
- Måling av servicekvalitet, kundertilfredshet og lojalitet.
- De nasjonale indeksene

Ulike serviceleveransesystemer.

- Kunde-leverandør-relasjoner: typer og faser.
- Hva forklarer lojalitet i de ulike relasjonene og fasene?

Dataverktøy

Vanlig datautstyr. Ingen spesiell software.

Gjennomføring

Kurset gjennomføres med 36 timer over et semester. Det vil bli praktisert oppgavebasert undervisning hvor cases og mindre prosjekter i form av videodokumentasjon, rollespil, etc. står sentralt. Av kursets 36 timer går 9 i sin helhet til caseløsning/prosjekter. Timene fordeles på 3 sesjoner og caset/prosjektet vil bestå av flere oppgaver.

Ved gjennomgang av caset vil det utnevnes to studentgrupper for hver oppgave. Mens den ene gruppen løser caset skal den andre gruppen være opponenter. Caset presenteres og opponeres på av disse gruppene i plenum. Seansen følges av en klassediskusjon og til slutt en oppsummering av hovedpoengene ved foreleser. Ved presentasjon av prosjekt vil utvalgte studenter/grupper bli bedt om å innta roller, demonstrere og dokumentere ulike servicesituasjoner som fremføres i plenum med påfølgende diskusjon i klassen og oppsummering ved foreleser. Det forutsettes aktiv deltakelse i gruppearbeidene, presentasjonene og case-diskusjonen. At studentene tar aktiv del i arbeidet og møter opp til gjennomgangen er viktig da det vil bli stilt spørsmål relatert til oppgavene til eksamen.

En prøveeksamen vil bli delt ut i løpet av kurset.

BI Nettstudier

Det gjennomføres intensivundervisning på samlinger i starten av semesteret og før eksamen. Ved BI Nettstudier benyttes studieguide som supplement til pensumlitteraturen. Studieguiden inneholder tips om studiet, fremdriftsplan og oppgaver. Fagveiledningen gjennomføres via Internett, med fagsider, diskusjonsgrupper og interaktive oppgaver, samt ved frivillige oppgaveinnsendingsprogram.

Eksamen

Kurset avsluttes med en tre timers individuell skriftlig eksamen

Eksamenskode(r)

MRK 23021 Tjenestemarkedsføring og kundelojalitet - skriftlig eksamen som teller 100% for å oppnå godkjent karakter i kurset MRK 2302, 6 studiepoeng.

Hjelpemidler til eksamen

Ingen hjelpemidler tillatt.

Kontinuasjon

Kontinuasjonseksamen ved neste ordinære gjennomføring av kurset.